



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini ada teramat banyak informasi yang terproduksi. Salah satu alasannya karena sekarang lebih banyak manusia yang memproduksi informasi daripada zaman dulu. Alasan lainnya karena keberadaan teknologi sekarang menyediakan platform yang mudah digunakan untuk berbagi informasi, misalnya kini seseorang dapat mendistribusikan lagu yang mereka ciptakan tanpa perlu menjalin kontrak dengan perusahaan rekaman. Maka itu, semua orang dapat menghasilkan dan membagikan informasi kepada sejumlah besar masyarakat setiap hari. Seseorang dapat menjadi jurnalis, penulis fiksi, fotografer, sutradara, pencipta game sebagai hobi dan menyebarkan pesan dengan mudah kepada jutaan orang (Potter, 2014, p. 4-5). Daya tarik media juga sangat tinggi, membuat kita menghabiskan lebih banyak waktu dengan media dan pesan. Tanpa sadar kita pun terus-menerus terpapar dengan media baik secara langsung maupun tidak langsung. Survei Nielsen (2012) membuktikan para pengguna media menghabiskan lebih banyak waktunya dengan bermedia sosial, sekitar 20% lewat komputer dan 30% via ponsel pintar. Kemudahan, kecepatan, dan biaya yang lebih murah dalam media baru membuat informasi di dunia ini mengalir deras dan berlimpah.

Di antara banjir informasi ini tidak seluruhnya berisi fakta, tetapi juga banyak yang menimbulkan kekacauan informasi. Selama Agustus 2018 hingga Februari 2019 Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) menemukan 771

konten hoaks atau berita palsu. Mayoritas dari jumlah tersebut adalah berita hoaks politik terkait Pemilu 2019 yakni sebanyak 181 konten. Lalu, 126 konten hoaks kesehatan, 119 isu pemerintahan, 110 fitnah kepada individu tertentu, 59 kejahatan, 50 isu agama, 21 isu internasional, masing-masing 19 konten tentang penipuan dan perdagangan, serta 3 hoaks pendidikan (Setu, 2019, para. 1 & 4-6).

Informasi bersifat hoaks menyebar dengan cepat lewat media sosial maupun grup di aplikasi *chatting* seperti WhatsApp, Blackberry Messenger, dan sebagainya (Respati, 2017, para. 2). Hasil survei dari Masyarakat Telematika Indonesia (2017) menunjukkan penyebaran hoaks paling banyak terjadi lewat media sosial (Facebook, Twitter, Instagram, Path) 92,4%, dan aplikasi *chatting* (WhatsApp, Line, Telegram) sebesar 62,80%. Riset yang melibatkan 1.116 responden secara *online* ini mengungkapkan, bentuk hoaks yang paling sering diterima adalah 62,1% tulisan, 37,5% gambar, dan 0,4% video.

Kominfo membeberkan selama tahun 2018 mereka menerima 773 aduan tentang konten hoaks di Whatsapp. Jika dihitung dari Agustus 2018 sampai 21 Januari 2019, Kominfo mendapat laporan ada 43 konten hoaks tersebar di WhatsApp (Haryanto, 2019, para. 2). WhatsApp juga menempati peringkat ketiga media sosial yang paling banyak diminati masyarakat Indonesia. Di peringkat pertama dan kedua ada YouTube serta Facebook. Data ini berdasarkan survei kepada pengguna internet berusia 16-64 tahun yang dilakukan oleh We Are Social pada Januari 2018 (Haryanto, 2018, para. 7).

Direktur Jenderal Kebudayaan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, Hilmar Farid (Budiman, 2017, para. 1-2) berpendapat fenomena hoaks terjadi

karena literasi media publik masih rendah dan terbatas. Pengetahuan literasi media dibutuhkan pengguna media untuk dapat membedakan informasi yang benar dan bohong.

Menurut Menteri Komunikasi dan Informatika (Menkominfo) Rudiantara, generasi milenial tidak suka hoaks. Hoaks justru lebih cepat menyebar di kalangan yang lebih tua. Salah satu penyebabnya menurut Rudiantara karena kalangan yang lebih tua tersebut tidak tahu apakah itu merupakan hoaks atau bukan tapi meyakini atau memiliki pemahaman yang sama dengan sesama generasinya. Misalnya ibu-ibu, mereka banyak yang tidak tahu itu hoaks atau bukan tapi karena merasa satu pemahaman dengan informasi yang diterima, mereka melakukan forward (Rudiantara dikutip dalam Shemi, 2018, para. 1-5). Dari kurun waktu 31 Oktober-6 November 2018 Mabes Polri menangkap sejumlah penyebar hoaks di beberapa wilayah Indonesia yang mayoritas adalah ibu rumah tangga. Delapan ibu dari yang berusia antara 20-34 tahun menjadi tersangka (Mufarida, 2018, para. 1-3).

Padahal, ibu memiliki peran yang juga setara dengan peran bapak dalam keluarga. Dalam pengembangan dan pembentukan sikap anak, seorang ibu perlu memberi contoh dan teladan yang dapat diterima (Gunarsa, 2004, p. 33). Sedangkan bapak berperan untuk menunjukkan wibawa dan mengajarkan ketegasan (Gunarsa, 2004, p. 37).

Data dari APJII (2017) juga menunjukkan peningkatan penggunaan internet oleh perempuan yang sebelumnya pada 2016 hanya 48,2% menjadi 48,57%. Selain itu, terjadi pula peningkatan penggunaan internet oleh ibu rumah tangga dari 2016 yang sebesar 16,6% menjadi 48,2% pada 2018 (APJII, 2018).

Sebuah studi yang dilakukan peneliti dari New York dan Princeton University membuktikan bahwa orang-orang tua di Amerika Serikat lebih sering membagikan *fake news* di Facebook daripada kaum muda. Riset dimulai sejak 2016 dengan melibatkan 3.500 responden baik pengguna maupun non-pengguna Facebook. Hasilnya menunjukkan 11% pengguna yang di atas 65 tahun menyebarkan hoaks, yang mana dua kali lipat lebih tinggi dari mereka yang berusia 45-65 tahun. Sementara yang berusia 18-29 tahun hanya 3% dalam menyebarkan hoaks. Para peneliti menyatakan dua kemungkinan tingginya para orang tua menyebarkan hoaks. Pertama, mereka yang tergolong tua tersebut terlambat mengenal internet sehingga literasi digitalnya kurang. Kedua, kemampuan kognitif berkurang seiring pertambahan usia sehingga mudah tertipu hoaks (Newton, 2019, para. 1-8).

Nielsen Social Media Report juga merilis, ternyata Generasi X (usia 35-49 tahun) lebih banyak memakai media sosial, hampir tujuh jam per minggu, dibanding Generasi Milenial yang hanya enam jam. Mereka didominasi oleh perempuan yang 25% dari waktu bermediana dihabiskan untuk media sosial, sedangkan laki-laki hanya 19% (Casey, 2017, para. 4).

Menteri Komunikasi dan Informatika Rudiantara berharap masyarakat Indonesia supaya memeriksa lebih dahulu setiap informasi yang diterima. Dengan begitu bisa mencegah penyebaran hoaks. Terlebih saat tahun politik, berita bohong akan memecah belah bangsa jika tidak ditangkal (Florentin, 2018, para. 5).

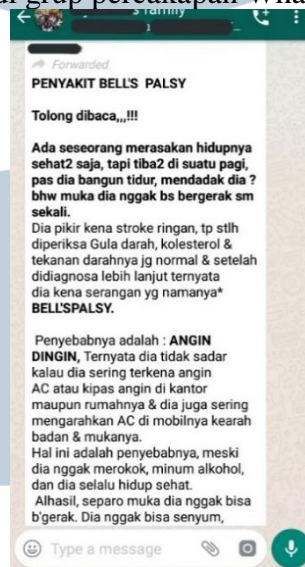
Masyarakat mungkin lebih akrab dengan istilah hoaks (*hoax*) atau berita palsu (*fake news*). Tetapi, sejak 2018 Organisasi Pendidikan, Ilmu Pengetahuan, dan Kebudayaan PBB - UNESCO mencoba untuk menghindari istilah tersebut karena

kata “*news*” atau “berita” memiliki arti informasi yang sudah terverifikasi pada publik (Berger, 2018).

Maka UNESCO menghimbau masyarakat dan khususnya para pelaku jurnalisme untuk menggunakan istilah “*information disorder*”, yang terbagi menjadi misinformasi, disinformasi, dan malinformasi. Misinformasi ialah informasi yang salah tetapi orang yang menyebarkannya percaya bahwa informasi tersebut benar (Wardle & Derakhstan, 2018).

Penelitian ini lebih fokus pada misinformasi. Peneliti sendiri sering menemukan pesan berisi informasi yang kebenarannya belum terverifikasi dan dapat dipertanggungjawabkan dari aplikasi pesan WhatsApp terutama dari grup percakapan, seperti contoh di beberapa foto berikut ini.

Gambar 1.1 Pesan di grup percakapan WhatsApp mengenai kesehatan

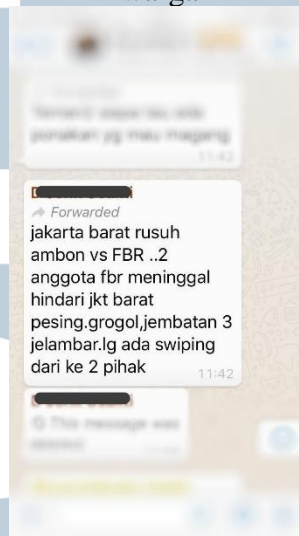


(Sumber: Dok.pribadi)

Gambar di atas merupakan contoh pesan yang beredar dalam salah satu grup percakapan WhatsApp. Pesan tersebut berisikan informasi kesehatan, yakni penyakit *bells palsy*. Sekilas mungkin informasi tersebut terlihat baik-baik saja,

terlebih informasi kesehatan yang penting untuk diketahui sehingga mungkin pembacanya berinisiatif untuk membagikan informasi tersebut. Tetapi jika diteliti, dalam kalimat “Tolong dibaca,,,!!” terdapat tiga tanda seru (!) yang dapat diinterpretasikan sebagai kalimat perintah yang sangat penting. Lalu pada kalimat “Ada seseorang merasakan...”, kata ‘seseorang’ di situ tidak dijelaskan siapa namanya, berapa usianya, atau apa statusnya.

Gambar 1.2 Pesan di grup percakapan WhatsApp mengenai keamanan warga



(Sumber: Dok.pribadi)

Contoh pesan yang kedua, berisikan informasi telah terjadi kerusuhan di Jakarta Barat antara kelompok warga Ambon dengan kelompok FBR yang mengakibatkan korban jiwa. Informasi tersebut juga menyarankan masyarakat agar menghindari dan melintasi wilayah sekitar terjadinya kerusuhan. Informasi yang menyangkut keamanan masyarakat ini memang penting karena menyangkut keselamatan warga. Memang benar ada peristiwa pembacokan di posko FBR di Daan Mogor, Jakarta Barat pada Selasa, 23 April 2019 dan ada satu korban meninggal. Namun informasi tersebut tidak mencantumkan sumber informasinya

dan ada kekeliruan informasi yakni pada kalimat “...lg ada swiping dari ke 2 pihak.” Berdasarkan klarifikasi dari Kalpores Jakarta Barat Kombes Pol. Hengki Haryadi, aksi *sweeping* tersebut tidak benar adanya dan menyatakan hal tersebut sebagai hoaks (Amelia, 2019, para. 2-7).

Dengan semakin maraknya fenomena kekacauan informasi di media sosial ini, maka literasi media nampaknya perlu lebih digiatkan lagi. Haryanto (2019, p. 7) berpendapat, salah satu cara pencegahan adalah memperkuat literasi media (digital) masyarakat Indonesia dengan cara memasukkannya dalam kurikulum nasional. Menurutnya pembelajaran tak harus selalu tentang penggunaan teknis media, namun mengajak peserta untuk memiliki cara berpikir kritis ketika akan menggunakan media di lingkungan sehari-hari.

Berdasarkan sejumlah kasus yang melibatkan ibu rumah tangga dan ditangkap karena menyebarkan hoaks tersebut, peneliti pun tertarik melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Tingkat Literasi Media pada Ibu Rumah Tangga dan Ibu Bekerja di DKI Jakarta Terhadap Kemampuan Mengidentifikasi Misinformasi di WhatsApp”. Hal ini bertujuan untuk mengetahui kelompok mana yang tingkat literasinya lebih berpengaruh pada kemampuan mengidentifikasi misinformasi, mengingat ibu rumah tangga dan ibu bekerja memiliki karakteristik berbeda yang berkaitan dengan kemampuan literasi media. Singh (2018) mengatakan ibu bekerja memiliki kepercayaan diri dan *social awareness* yang berpengaruh terhadap pengasuhan anak.

1.2 Rumusan Masalah

Belakangan ini ditemukan sejumlah kasus misinformasi yang ternyata mayoritas penyebarannya adalah kalangan ibu. Fenomena tersebut di Indonesia menurut sejumlah ahli disebabkan karena literasi media mereka masih rendah. Misinformasi sendiri dapat tersebar dengan cepat ke seluruh lapisan masyarakat. Peristiwa seperti ini rentan akan terjadinya perpecahan massa, membuat individu salah mengambil keputusan, dan bagi para ibu sendiri dapat mengganggu keharmonisan rumah tangga.

Maka, peneliti membuat rumusan masalah, yakni “Bagaimana pengaruh tingkat literasi media ibu rumah tangga dan ibu bekerja dalam mengidentifikasi misinformasi di WhatsApp?”

1.3 Pertanyaan Penelitian

1. Seberapa tinggi tingkat literasi media dan kemampuan mengidentifikasi misinformasi di WhatsApp pada ibu rumah tangga dan ibu bekerja di DKI Jakarta?
2. Apakah terdapat perbedaan tingkat literasi media dan kemampuan mengidentifikasi misinformasi di WhatsApp antara ibu rumah tangga dan ibu bekerja di DKI Jakarta?
3. Apakah terdapat pengaruh tingkat literasi media ibu rumah tangga dan ibu bekerja di DKI Jakarta terhadap kemampuan mengidentifikasi misinformasi di WhatsApp?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui tingkat literasi media dan kemampuan mengidentifikasi misinformasi di WhatsApp pada ibu rumah tangga dan ibu bekerja di DKI Jakarta.
2. Untuk mengetahui perbedaan tingkat literasi media dan kemampuan mengidentifikasi misinformasi di WhatsApp antara ibu rumah tangga dan ibu bekerja di DKI Jakarta.
3. Untuk mengetahui pengaruh tingkat literasi media ibu rumah tangga dan ibu bekerja di DKI Jakarta terhadap kemampuan mengidentifikasi misinformasi di WhatsApp.

1.5 Kegunaan Penelitian

a. Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan pengetahuan konsep literasi media dari W. James Potter, yang mulanya dikembangkan dalam lingkup media konvensional dan sekarang dipakai dalam konteks media baru.

b. Kegunaan Praktis

Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi ibu rumah tangga dan ibu bekerja maupun berbagai institusi dalam mengembangkan sosialisasi literasi media khususnya kepada kalangan ibu pengguna WhatsApp. Dengan begitu, aspek-aspek literasi media yang masih rendah dapat ditingkatkan melalui sosialisasi.

c. Kegunaan Sosial

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberi gambaran kepada masyarakat Indonesia secara umum akan pentingnya pengetahuan literasi media dan lebih mengenali misinformasi. Selain itu, dengan bisa lebih memahami misinformasi, masyarakat diharapkan turut berperan mengurangi penyebarannya terutama lewat media sosial.

1.6 Keterbatasan Penelitian

Terdapat keterbatasan yang peneliti miliki, yaitu: faktor latar belakang sosial, pendidikan, dan budaya setiap ibu yang berbeda-beda kemungkinan dapat turut memengaruhi tingkat literasi medianya, namun tidak diperhitungkan dalam penelitian.

